

国土资源部油气战略中心处长潘继平表示

天然气价格改革两年内扩至全国

实习记者 周宇

昨日,国土资源部油气战略中心处长潘继平在第三届中国国际化天然气大会期间表示,中国可能会在两年内将天然气价格机制改革扩大至全国。此外,他建议我国应提高天然气占一次能源消费的比重。

潘继平表示,目前中国的常规天然气探明程度为21%,利用程度约5%。总体而言,中国天然气开发处于早期阶段。2020年到2030年将是中国天然气快速发展的时期,现在的政策届时都会见效,那时将是中国天然气发展的黄金期,2030年至2040年则是平稳发展期。

潘继平预计,2020年,我国天然气消费量将达到3500亿~3800亿立方米,2030年达到5500亿~6000亿立方米,年均增长8%~9%。到2020年,我国天然气的进口量将达到1500亿立方米。

据了解,目前,天然气占我国一次能源消费比重为4.6%,与国际平均水平23.8%存在较大的差距。根据我个人对中国天然气发展战略的设想,我国应该提高天然气占一次能源消费的比重,战略目标可制订为到2015年占比8%,2020年占比12%,2030年占比18%。”潘继平说。

然而,我国天然气产业发展还面临诸多问题。潘继平表示,目前我国天然气资源落实程度低,资源品位在降低,这就意味着开采难度和技术要求增大。与此同时,相关的关键技术、设备仍

然相对落后。

据潘继平介绍,截至2012年年底,全国天然气管道超过5.5万公里,“十一五”年均建成3700公里。目前,我国已建成6座液化天然气接收站,到2015年接收能力预计超过6000万吨。

针对如何理顺天然气价格形成机制这一核心问题,潘继平会议期间表示,目前国内天然气价格明显偏低,亟待理顺价格机制。中国可能会在两年内将天然气价格机制改革扩大至全国。

原国家发改委副主任、国家能源局局长张国宝也在会上表示,当前我国天然气价格主要受政府管制,定价机制还不健全。天然气价格应该遵循市场客观规律,只有这样,才能促进天然气产业健康发展。他说,由于天然气价格涉及各方利益,因此对于定价机制还存在很多争议。如何平衡利益主体的关系,理顺天然气价格机制是现阶段需要解决的重要问题。

资料显示,2011年,国家发改委明确广东、广西两地开展天然气价改试点,两地天然气价格由“政府主导”变为“市场主导”,将以“成本加成”为主的天然气定价方法,改为按“市场净回值”法定价。即将天然气销售价格与由市场竞争形成的可替代能源价格挂钩,在此基础上倒扣管道运输费后回推确定天然气各环节价格。之后,天然气价改试点扩容至川渝等地。

据悉,目前天然气价改具体思路在政策层面的建议比较多,包括加权平均、一气一价、上下游价格联动等,具体执行哪一种方案还未确定。



天然气价改的大幕正逐步开启

IC/供图

部分地区天然气供需偏紧 发改委要求保障供应

近日,国家发改委下发《关于进一步做好当前天然气供应保障工作的通知》,要求各地进一步促进供需平稳运行,保障迎峰度夏、度冬天然气供应。

据了解,今年以来,天然气产销运行总体平稳。1-4月天然气产量402亿立方米,同比增长7.7%;进口约合171亿立方米,增长32.3%。不过,由于去年以来多地大范围实施燃煤锅炉改气工程,加之部分地区火电机组脱硝改造较为集中,燃气发电明显增多,3月中

旬采暖结束后天然气用量仍然保持较高水平,主力气田检修和储气库注气进度推迟,部分地区供需偏紧。

《通知》称,为保障天然气正常供应,有关方面已及时采取增加资源供给、调整用气结构、加强需求侧管理措施,优先确保民生需要。《通知》要求,有关企业要在保持稳定生产,保障当前居民生活、化肥生产等重点需求的同时,合理安排生产装置检修与维护,统筹安排国产与进口资源,提高应急调峰能力。(陈中)

龙光地产否认中止港股IPO

多家内地房企为打通海外融资平台,宁愿降低发行价“流血上市”

证券时报记者 冯亮

随着五洲国际(01369.HK)成功登陆香港联交所,多家内地房企也在紧锣密鼓筹备首次公开募股IPO。但原计划今年二季在香港上市融资3亿美元的龙光地产,近日传出中止IPO计划。昨日,这家专注于中高端房地产市场的房企对记者否认了该说法,并称上市募资计划一切如常。

近日,有媒体报道称,由于整体市场不佳,龙光地产的路演情况不理想,几乎没有投资者认购,因而被迫中止了上市计划。然而,龙光地产投资者关系部一位人士告诉记者,上述消息并不属实,该公司IPO计划正在如常推进。

不过,对于公司能否在二季度之内登陆香港联交所,该人士并未直接回应,关于上市具体时间表,目前还不太方便对外公布,一切仍以公告为准。”她表示。

资料显示,龙光地产专注于开发中高端及中高端住宅市场,在广东、广西、四川和海南等地开发了40多个房地产项目,面积达600多万平方米。今年4月,龙光地产便传出拟最快于二

季度在香港上市,预计募集资金3亿美元,中银国际和麦格理将负责此次交易。

实际上,龙光地产为上市至少筹备了5年。最早传出龙光集团上市是在2007年初,当时传言龙光集团(龙光地产前身)将赴港上市融资30亿港元,并选定摩根士丹利作为其上市保荐人,不过龙光集团事后却称此事子虚乌有。

不过,在业内人士眼里,龙光地产计划IPO募资3亿美元并不算多。而近两年内,募资净额规模最大为去年上市的旭辉控股,融得18.96亿港元。紧接旭辉上市的新城控股集资金净额则为15.3亿港元,市盈率不足5倍。如果按发行市值计算,两家企业的净资产折让率在6成~7成之间。

而刚登陆联交所的五洲国际由于公开发售部分认购率只有57%,公司以接近招股价(1.15-1.5港元)约下限1.22港元定价。集资金净额13.28亿港元,按此计算,净资产折让在6成左右。

业内人士认为,短期内,如果能打通海外融资平台,不少房企宁愿降低发行价格,也要“流血上市”。下半年有

意在香港上市的内地房企扎堆,必定需要竞争市场资金,预计在股价定价上会有一些折让。

记者了解到,目前龙光地产、毅德地产正在加紧IPO进度,此外还有重庆协信、湖北金山在内的多家区域性房企有意在下半年启动上市,年内或有6~7家

房企上市。

虽然现在通过IPO募集的资金有限,但未来可以通过优先债券或者票据的方式持续融资,并且融资成本较低,融资期限较长,有的可达5年以上。”兰德咨询总裁宋延庆表示,这对内地房企有较大吸引力。

凯德中国19亿购沪地铁枢纽地块

记者昨日从凯德中国获悉,该公司18日以约19亿元获得上海广川置业有限公司70%的股权,拟在上海广川置业有限公司拥有的汉中路地块上打造综合体项目。

据介绍,汉中路地块位于上海市恒通路与恒丰路交界处,两幅地块总占地面积2.54万平方米,而该两幅地块位于三条地铁线交汇处。凯德计划在此建成建筑面积约为11万平方米的包含办公楼、零售商场、住宅等在内的综合体项目,预计将于明年第二季度完成。

凯德方面表示,在上海内环线北段交通枢纽地段拿下商办及住宅地块,也意味着凯德在加强综合策略上迈出了实质性一步。

此外,汉中路地块的其余30%股份仍然由申通地铁集团的全资子公司持有,而这也是凯德和申通地铁的首次合作。据悉,在计划中凯德主导开发综合体部分,而申通则主导开发地下地铁线路部分。(冯尧)

凯傲28日德国上市 潍柴动力认购1368万股

证券时报记者 张奇

近日,德国凯傲公司网站显示,公司公布了首次公开募股IPO询价区间为24欧元-30欧元,认购时间为6月17日-6月26日,并将于6月28日在法兰克福证券交易所上市。

5月26日,潍柴动力(000338)、凯傲集团与中国国家开发银行在柏林签署三方合作框架协议。协议签署仪式在李克强总理和默克尔总理的见证下举行。潍柴动力此前公告,子公司潍柴卢森堡,已向凯傲发出通知,将行使认购期权,潍柴卢森堡在凯傲公司IPO完成后持有的股权比例提升至30%。

据悉,凯傲本次公开发行数量为3495万股,其中潍柴动力认购1368万股。按定价中值27欧元计算,融资规模为9.53亿欧元,凯傲市值为26.7亿欧元。

中信证券分析师许英博分析,考虑高盛和KKR等财务投资人在IPO后预计降低原大股东持股比例,潍柴有望成为凯傲公司最大单一股东,将实现对凯傲的报表合并。凯傲是全球第二大叉车制造商,林德在液压领域具备优势,有助提升公司在工程机械领域的长期竞争力。

数据显示,凯傲公司2013年一季度实现营业收入10.9亿欧元,同比下降5.2%;净利润2860万欧元,同比增加73.2%。截至2013年3月31日,凯傲净负债为18亿欧元,本次公开发行融资9.5亿欧元,将显

著改善公司债务结构。

潍柴动力称,鉴于当前宏观经济环境、叉车行业增长及前景向好,凯傲业务表现及盈利能力提高,IPO预期经济参数,以及完成行使期权后,将有权要求潍柴卢森堡提名的3名人士成为凯傲监事会的成员,以维持于凯傲的长期战略投资。

业内人士指出,随着利息费用下降,凯傲短期盈利将明显改善。潍柴持有凯傲上市后的股权比例提升至30%,预计凯傲对公司2013年的净利润贡献为3亿元-5亿元。

资料显示,去年9月,潍柴动力投资4.67亿欧元收购凯傲集团25%的股份,另外投资2.71亿欧元收购凯傲集团旗下新成立的林德液压公司70%的股份,从而拥有林德液压公司的控股权。

潍柴前期支付了4.67亿欧元后,此次认购1368万股的金额在3.28亿欧元-4.1亿欧元之间,将获得凯傲上市后的30%股权,与凯傲IPO后的对应股权的公允价值相差不大8亿欧元,约合67亿人民币)。随着凯傲盈利持续改善,该部分股权价值具有较大增值空间。

业内人士认为,通过潍柴动力在国内领先的市场地位、稳固的合作伙伴关系以及强大的经销商网络,凯傲和林德液压将逐步进入中国市场。同时,双方在供应商共享方面的合作以及业务上的协同效应,将有助凯傲公司盈利实现长期稳健增长。

国内电影业掘金“大数据”

证券时报记者 杨丽花

始于互联网的“大数据”,正在越来越广泛地应用到电影产业。为了取得更好票房,获得更高收益,互联网公司、院线、电影制作公司甚至是通讯公司都开始了“大数据”的挖掘和应用。

近日,谷歌公司透露,他们可以预测电影上映前两周的票房成绩,其准确率高达90%。这一预测成绩让电影业为之振奋。百度爱奇艺创始人首席执行官龚宇说:“百度也尝试过预测票房,但是效果不佳。不过,百度仍然在花大力气挖掘大数据。”

目前,大数据已在剧本、导演、演员的选择,拍摄和后期制作中开始应用。特别是在电影营销过程中,一些利用大数据推广营销的电影都取得了不错的票房。

对大数据的研究不仅仅是互联网公司。万达文化产业集团副总裁、

AMC院线董事叶宁告诉记者:“万达现在排片特别是首日排片就是基于大数据,而且非常精准。”中国移动手机视频基地总经理王斌也表示,中国移动对大数据的研究和投入也是成倍增长。

乐视影业总裁张昭称,他最近向国家电影局提交了一份报告,建议由国家出面建立电影行业的公共数据库。否则一旦电影行业“大数据”变成了仅B2B之间的资源,则非常危险。

潜在危险之一可能体现电影内容的生产是否也依赖于大数据。美国也有一些电影界人士反对电影创作运用大数据。不过,美国Netflix网站运用大数据投拍《纸牌屋》大获成功后,国内影视行业已经蠢蠢欲动。

我们千万不要陷入到这种状态:基于大数据,然后按模块化生产;制作的电影越粗制滥造,观众越叫好。”搜狐副总裁、搜狐视频首席运营官刘春表示。

新闻短波 | Short News |

*ST联华前董事长提议罢免5董事

围绕*ST联华(600617)的各种争议又添变数,公司今日公告称,收到原董事长孔令泉罢免董事长李保荣在内的五名董事的股东大会提案。

*ST联华则表示,董事会至今无法确认孔令泉所发邮件的真实性,罢免理由与事实严重不符并损害了公司和股东的最大利益。

据悉,6月13日,*ST联华收到董事孔令泉发来的电子邮件,提议将在2013年6月25日召开的2012年度股东大会提案中增加罢免李保荣、连建州、白若熙、江容、曹轶星在公司第七届董事会的董事职务。

理由是上述5董事非法召集董事会,严重阻挠公司正常推出的重大资产重组预案;不参加按合法程序召集的审议重大资产重组预案的董事会,损害了全体股东的利益。

*ST联华董事会决定不将孔令泉的议题列入2012年股东大会的会议议程。(张奇)

洋河股份首次回购社会公众股

昨日,洋河股份(002304)首次实施了回购股份的方案,公司首次回购股份数量为52.27万股,占公司总股本的比例为0.048%,成交的最高价为59.07元/股,最低价为55.28元/股,支付总金额约为2974.34万元。(袁源)

海大集团非公开发行获审核通过

历时5个月的时间,海大集团(002311)定增的申请于昨日获得中国证监会审核通过。

据预案,海大集团此次定增不超过7660万股,募集资金不超过11.41亿元,发行价格不低于14.89元/股。募集资金主要用于新建饲料产能项目。(刘莎莎)

记者观察 | Observation |

内容商争造智能电视的喧嚣背后

证券时报记者 仁际宇

继乐视超级电视高调亮相后不久,近日小米即将加入智能电视集团的传闻再度搅动资本市场的一池春水,网络内容提供商选择推出智能电视整机的策略似乎蔚然成风。

不过,智能电视作为有形商品,在相对成熟和发达的欧美市场,没有出现内容商大规模直接参与制造和销售的情况。其中,美国智能电视各种应用的实现,基本上依靠普通电视与网络运营商发售的机顶盒结合实现,欧洲则由主流电视制造商制造的智能电视与当地内容集成平台进行内置合作实现。

此前曾广受关注的苹果智能电视,至今也是只闻楼梯响,不见人下

来。最新的信息显示,苹果在电视业务方面也正在试图通过推出机顶盒类的产品去适应美国当地的电视智能化消费习惯。

2011年,国家广播电影电视总局发布了《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》的通知。根据该通知,我国的智能电视产业被分割为三个部分,互联网电视内容服务商、互联网电视业务运营商和电视或机顶盒生产商。其中,运营商需要获得牌照,而目前颁发的7张牌照均在广电系之手。

内容商则必须将内容集成到运营商的平台上,才能通过终端接触消费者。

在这一体制下,机顶盒形式的智能电视应用受到限制,目前只能在上海、杭州和长沙销售。从这个角度看

虑,内容商希望通过直接切入智能电视一体机制造的方式,规避监管层对机顶盒销售区域的限制,不失为一种有价值的创新。但实际上,内容商高调进入智能电视制造业的真实目的可能并非在于进入电视制造领域,而是希望通过这种方式增加自身与传统电视制造企业的谈判筹码。

数据显示,目前我国的智能电视活跃用户约为智能电视销售数量的10%左右。在美国,这类实际使用智能功能的电视用户比例也非常低。虽然智能电视整体应用的需求总量不大,但视频和音频应用是目前最成功的智能电视应用,在欧美市场,这一应用的市场需求增长很快。

此前,由于其他电视智能应用的需

求远远低于预期,同时网络音视频通过电视传播又受到一定程度的限制,因此智能电视整机生产商与内容商合作动力并不强烈。但如今,内容商高调切入电视终端制造,无疑是对电视整机生产商发出一种信号。

未来随着三网融合的不断推进,来自网络的音视频内容对消费者选择电视产品的影响力将越来越大,电视终端生产商无法再忽视内容商的优势。此前TCL与Google Play的合作也表明生产商已经意识到与内容商合作的重要性。

如今,乐视网等网络音视频内容商手中海量的音视频内容资源和电视生产商对内容的渴求,形成了巨大的互补。而在此时,内容商扛起制造电视的大旗,真实目的可能是在与制造商合作中争取主动。